

застосуванні маркетингових методів та інструментів для підвищення конкурентоспроможності регіону, забезпечення плідної взаємодії влади, бізнесу і громадськості.

З огляду на це, до основних факторів, які охоплює сфера регіонального маркетингу, й регулювання яких сприятиме внутрішній адаптації економіки регіонів України до умов світогосподарського середовища та підвищенню їх конкурентоспроможності, пропонуємо такі:

1. Зручне географічне розташування з розвинутою транспортною інфраструктурою.

2. Наявність природних ресурсів (або вдале їх комбінування), які надають економічні переваги регіону, а також володіють високим потенціалом до забезпечення його інноваційного розвитку.

3. Розвиненість науково-технічного потенціалу регіону, а також висока ступінь використання інновацій і наявних знань.

4. Наявність великих підприємств, промислових та агропромислових кластерів.

5. Активна участь у світогосподарських взаємозв'язках й трансграничне співробітництво.

6. Ефективна бюджетно-фінансова, податкова системи та розвиненість економічної інфраструктури.

7. Високий рівень розвитку туризму та рекреації.

Список літератури:

1. Дергачова В.В. Україна в системі міжнародної конкурентоспроможності: оцінка позицій, причини і шляхи відродження / В.В. Дергачова, Т.Г. Шеремет // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – 2010. – №7. – С. 59-66.

2. Лошенко В.Є. Конкурентоспроможність економіки України у міжнародних рейтингах / В.Є. Лошенко // Науковий вісник Чернівецького університету. – 2009. – Випуск 494. – Серія: Економіка. – С. 14-22.

3. Сливозький А. Міграція капіталу: як у замислах на кілька кроків випередити своїх конкурентів: [Пер. с англ.] / Адріян Сливозький. – К.: Унів. вид-во «Пульсари», 2001. – 296 с.

ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ

Павлюк Т.Д., аспірант кафедри економічної кібернетики, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ, Україна

Туристичній економіці України з часів її незалежності притаманний певний практично незмінний набір характеристик: домінування в даному секторі малих та

середніх туристичних підприємств (МСТП); наявність слабого взаємозв'язку між зростанням і розвитком регіональних МСТП та підтримкою місцевими урядовими організаціями; самостійний розвиток приватного туристичного підприємництва; національна специфіка туристичного підприємництва; висока частка застарілої матеріально-технічної туристичної бази.

Конкурентний потенціал малих та середніх туристичних підприємств формується у значній мірі через місцеві особливості. Запровадження нового етапу дослідження факторів конкурентоспроможності МСТП спричинене через переконання про те, що останнім часом відбулось багато змін як у сфері організаційно-фінансової підтримки, так і в можливості активізації регіональних одиниць самоврядування, зокрема, у створенні місцевого потенціалу знань. Таким чином, пропонується модель дослідження факторів конкурентоспроможності регіонального туристичного сектору, базована на знаннях, логічна схема якої наведена на рис. 1.

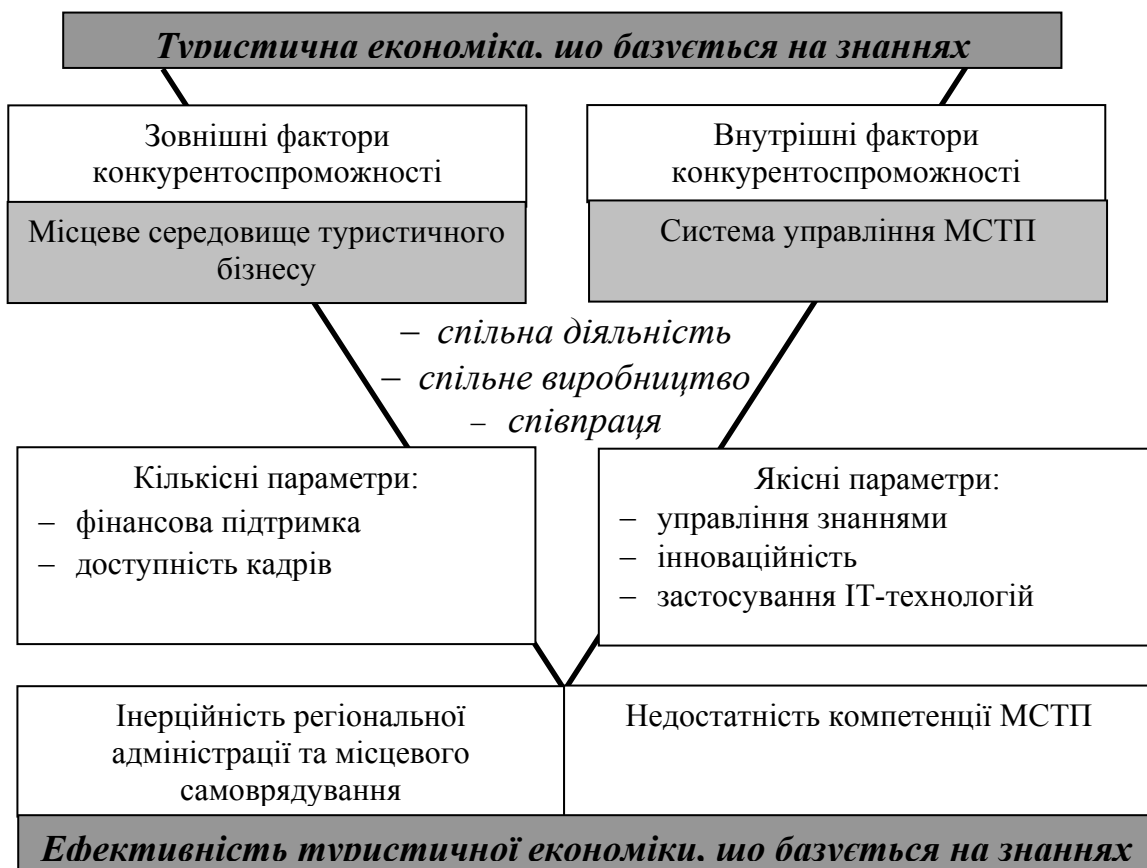


Рис.1. Модель дослідження факторів конкурентоспроможності регіонального туристичного сектору, що базується на знаннях

Джерело: розроблено автором

Об'єктну структуру запропонованої моделі формують усі об'єкти, які виробляють туристичні продукти даного регіону, тобто: туристичні підприємства, адміністративні одиниці самоврядування та уряду, об'єкти бізнес-середовища та власне місцева спільнота. МСТП є економічним фундаментом туристичного сектору, а водночас і базовим елементом моделі.

Фактори конкурентоспроможності МСТП згруповано з огляду на джерело зростання/зменшення конкуренції, тобто внутрішні та зовнішні важелі зміни конкуренції. Зовнішні фактори, до яких належить якість умов ведення місцевого туристичного бізнесу, становлять зовнішні важелі зростання/зменшення МСТП.

Внутрішні фактори – конкурентний потенціал, який формується в рамках самих об'єктів як систем управління, – становлять внутрішні важелі зростання/зменшення конкурентоспроможності МСТП [1, 2]. Мірою ефективності зовнішніх факторів є рівень інерції (неузгодженості, пасивності) об'єктів зовнішнього середовища, з множини яких виділено регіональні одиниці самоврядування, а також бізнес-середовище. Натомість мірою ефективності внутрішніх факторів є рівень компетентності МСТП.

Враховуючи специфіку управління МСТП та імператив їх спільної діяльності у сфері виробництва туристичних продуктів, що базуються на місцевому потенціалі знань, з регіональними одиницями самоврядування, а також бізнес-середовищем сформовано сукупність факторів конкурентоспроможності, що стосувались таких сфер:

1. Активність регіонального самоврядування у сфері створення умов для розвитку туристичних підприємств на території регіону.
2. Активність бізнес-середовища у сфері створення умов для розвитку туристичних підприємств.
3. Упередженість підприємств у створенні та реалізації стратегії розвитку туризму в межах регіону.
4. Співпраця економічних об'єктів, регіонального самоврядування та місцевої спільноти на користь розвитку туризму.
5. Співпраця з конкурентами у напрямку реалізації спільних галузевих цілей.
6. Можливість співпраці підприємств з постачальниками на взаємній довірі.
7. Можливість розвитку у підприємств робочих кадрів.
8. Доступність на місцевому ринку кваліфікованих, компетентних робочих кадрів.
9. Частота впровадження на ринок нових пропозицій.
10. Використання підприємствами таких джерел інформації, як постачальники, клієнти, конкуренти, працівники, консалтингові фірми.
11. Зрозумілість, прозорість та впорядкування важливої інформації підприємств про конкурентів, клієнтів та саме підприємство.
12. Частота отримання підприємством нової важливої інформації.
13. Інтенсивність передавання іншим працівникам та частинам підприємства важливої інформації.
14. Доступність державного фінансування.
15. Участь зовнішнього капіталу у фінансуванні підприємств.
16. Інформація про використання зовнішніх фінансових ресурсів.
17. Якість отримуваної на ринку інформації про джерела отримання зовнішнього капіталу.

18. Підтримка інформаційними системами таких зовнішніх сфер діяльності підприємства, як побудова стосунків з клієнтами, постачальниками та ін., комунікації, ринкові трансакції тощо.

19. Підтримка інформаційними системами таких внутрішніх завдань підприємства, як автоматизація діяльності, вдосконалення процесів та структур, прийняття рішень, управління знаннями.

20. Інформаційні технології, які сприяють отриманню та використанню інновацій із зовнішнього середовища підприємства.

21. Можливість працівниками підприємства отримувати та використовувати інновації, які базуються на інформаційних технологіях.

22. Можливість використання інформаційних систем для отримання, передачі та зберігання знань про бізнес.

23. Залучення до створення умов для розвитку туристичних підприємств через інформаційні системи.

24. Використання фірмової інтернет-сторінки.

25. Покращення конкурентоспроможності підприємства за допомогою суспільних рішень (блоги, суспільні портали, рейтингові списки, чати і т.п.)

26. Вплив застосування сучасних інформаційних систем на зростання конкурентоспроможності підприємства.

Прийнято, що у випадку оцінки зовнішніх факторів вимірниками є інерція об'єктів зовнішнього середовища у сфері: спільної діяльності, спільного виробництва та співпраці, доступу до кваліфікованих, компетентних кадрів та до джерел зовнішнього фінансування. Натомість вимірниками внутрішніх факторів конкурентоспроможності є рівень компетентності МСТП у сфері: управління знаннями, інноваційності та застосування інформаційних технологій [3-5]. В результаті список факторів конкурентоспроможності поділено на 8 груп, а саме: 5 зовнішніх та 3 внутрішні.

Поділ факторів конкурентоспроможності з огляду на приналежність до сфер зовнішніх та внутрішніх важелів наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Класифікація факторів конкурентоспроможності

| Сфера важелів конкурентоспроможності | Субпростір важелів конкурентоспроможності |
|---|--|
| Зовнішні | спільна діяльність |
| | спільне виробництво |
| | співпраця |
| | доступ до зовнішніх фінансових джерел |
| | доступність кваліфікованих, компетентних кадрів |
| Внутрішні | управління інформацією |
| | інноваційність |
| | застосування ІТ |

Джерело: розроблено автором

Таким чином, на основі дослідження традиційних та нових факторів конкурентоспроможності в залежності від прийнятих концепцій регіонального розвитку запропоновано модель, що базується на знаннях, в якій об'єкту структуру сформували регіональні туристичні підприємства, адміністративні одиниці самоврядування, бізнес-середовище та місцева спільнота, а самі фактори конкурентоспроможності згруповано з огляду на джерело зміни конкуренції на внутрішні та зовнішні.

Список літератури:

1. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. – М.: Международные отношения, 1993. – 780 с.
2. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації / Л.Л. Антонюк. – К.: КНЕУ, 2004. – 276 с.
3. Иванова Н.И. Национальные инновационные системы как механизм саморазвития / Н.И. Иванова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.chelt.ru/2004/5-04/ivanova_5-04.html.
4. Asheim B., Gertler M. (2004) Understanding regional innovation systems. in Jan Fagerberg, David Mowery and Richard Nelson Handbook of Innovation. Oxford: Oxford University Press.
5. Edquist Ch. (1997) Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations, London: Printer.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «РЕГІОН» В КОНТЕКСТІ РОЗМІЩЕННЯ ПРОДУКТИВНИХ СИЛ

*Харченко М.О., аспірант кафедри обліку та аудиту,
Державний ВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна*

Проголошення незалежності України відкрило новий курс розвитку держави. У 2014 році Україна підписала «Угоду про асоціацію з Європейським Союзом», яка заклала європейський напрям розвитку країни. Закладений курс впливає на стратегію розвитку багатьох секторів економіки, де, в свою чергу, важливу роль відіграють регіони. Внаслідок проблем, які постають на шляху європейської інтеграції, теоретичні та методологічні засади державної регіональної політики потребують перегляду відповідно до вектору подальшого розвитку держави взагалі та регіонів зокрема. Регіональна економіка базується на продуктивних силах регіону, ефективний розвиток яких залежить від багатьох факторів регіонального середовища.

Однією з основних умов ефективного розвитку продуктивних сил регіону є їх раціональна територіальна організація.

На даний час регулювання регіональної економіки в Україні здійснюється на основі законодавчих актів [1-3]. У деяких з них дається тлумачення поняттю «регіон»,